

## BAB III

### STRATEGI KOMUNIKASI

#### III.1 Analisa

##### III.1.1 Analisa Studi Literatur

Berdasarkan studi literatur yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan beberapa data pendukung sesuai dengan topik yang diangkat, yaitu sebagai berikut :

- Remaja merupakan kondisi dimana mereka memiliki rasa ingin tahu, ingin mencoba sesuatu yang baru yang ditunjukkan dari perubahan fisik, perilaku sosial, emosi dan mudah terpengaruh dengan lingkungan sekitar mereka. (*Hurlock, 1980: 218*).
- Olahraga merupakan bagian penting dimana memiliki korelasi yang positif untuk kesehatan dan kebugaran tubuh. (*Sonstroem, 1984 : 47*)
- Sosialisasi adalah salah satu bagian dimana remaja dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan mereka didalam berinteraksi dengan sesama. (*Berger dan Lukman, 1967:130*).

Berbagai teori-teori dari studi literatur sangat membantu penulis didalam merancang kampanye penggunaan media olahraga sebagai sarana sosialisasi.

##### III.1.2 Analisa Hasil Observasi

Mulai hari Senin,13 Februari 2017 dilakukan selama 1 minggu dicoffee shop, mall dan Mulai hari Senin,13 Maret 2017 dilakukan selama 1 minggu ditempat olahraga basket, bulu tangkis dan fitness. Penulis berkunjung ke beberapa tempat seperti coffee shop,mall, dan tempat olahraga dimana para remaja melakukan olahraga. Berdasarkan dari hasil riset yang telah diperoleh, anak remaja sekarang sering nongkrong di coffee shop dan juga jalan-jalan dimall. Pergaulan mereka dipengaruhi dari lingkungan dimana mereka bertutur kata maupun bersopan santun.

Beberapa aktivitas remaja yang diamati seperti di coffee shop mereka asik berfoto-foto dan memesan minuman sedangkan ketika ditempat olahraga basket, bulu tangkis dan fitness, para remaja berdasarkan hasil pengamatan cenderung ingin eksis dan *up to date* sehingga ketika selesai permainan seperti olahraga basket dan bulu tangkis biasanya para remaja mengambil handphone untuk *update* ataupun untuk membalas sebuah chat sedangkan ditempat fitness biasanya para remaja mereka lebih sering berfoto untuk melihat perkembangan badan mereka setiap selesai melakukan latihan. Ada juga yang ketika berolahraga hanya ikut-ikutan, juga hanya duduk dan nongkrong mengamati olahraga yang dilakukan teman atau kawan-kawannya.

### III.1.3 Analisa Hasil Wawancara

#### III.1.3.1 Hasil Wawancara dengan Pelatih Basket

Pada hari Minggu, 19 Maret 2017 pk. 19.12, penulis melakukan wawancara dengan pelatih Kwan Anthony sebagai Pelatih Olahraga Basket. Tokoh Idola sebagai pelatih basket yaitu Derrick Rose, beliau menjadi pelatih basket selama 12 tahun. Sosialisasi menurut pelatih adalah salah satu sarana yang sangat penting untuk menjalin kerjasama antar anggota atau antar tim. Dalam jaman sekarang ini, banyak para remaja yang jarang bersosialisasi diluar rumah maka dari itu sosialisasi diperlukan di jaman sekarang ini supaya para remaja dapat saling bertemu dan bersosialisasi agar tidak menggunakan gadget setiap waktu. Solusi untuk para remaja yaitu perlu meningkatkan lagi niat untuk berolahraga dan *support* dari keluarga, saudara, dan teman-teman agar lebih bersemangat lagi.

Lokasi yang tepat adalah lapangan yang *indoor* dilihat dari cuaca jaman sekarang yang berubah-ubah dan sulit untuk diprediksi, maka dari itu lebih efisien ditempat yang *indoor* daripada *outdoor*. Event yang menarik adalah tidak hanya permainan saja yang mendukung, akan tetapi lebih baik jika mendatangkan atlit atau pemain olahraga kemudian dapat bermain bersama dengan tim atau pemain. Dalam olahraga bola

basket, biasanya ketika ada event, 1 minggu bisa latihan 4x dan bahkan bisa 5x selama 3-4 jam atau bisa lebih tergantung kematangan dalam persiapan, selain itu jika tidak ada event latihan berlangsung 1 minggu latihan 3x selama 2-3 jam. Aktivitas remaja sebelum olahraga yaitu pemanasan terlebih dahulu, *stretching* kemudian melakukan permainan *game* dan setelah itu *coolingdown*. Beberapa teknik didalam berolahraga basket yaitu *lay up, jumpshot, crossover, behind the back, pivot, shooting, dan rebound*. Saran bagi remaja yaitu harus mempunyai tekad dan niat yang tinggi untuk berolahraga. Motivasi bagi remaja didalam bersosialisasi dan berolahraga yaitu raih impian yang ingin kamu capai setinggi mungkin.

#### **III.1.3.2 Hasil Wawancara dengan Pelatih Bulu Tangkis**

Pada hari Kamis, 16 Maret 2017 pk. 19.30, penulis melakukan wawancara dengan pelatih Felix Suwandi sebagai Pelatih Olahraga Bulu Tangkis. Tokoh Idola sebagai pelatih bulu tangkis yaitu Taufik Hidayat, beliau menjadi pelatih bulu tangkis selama 3 tahun. Sosialisasi menurut pelatih merupakan media yang penting dan dapat menarik perhatian khalayak dengan mudah. Sekarang ini sosialisasi perlu dikembangkan karena remaja sudah terkena virus gadget yang semakin berkembang dijamin sekarang ini. Solusi yang tepat bagi para remaja yaitu belajar untuk menghargai waktu dan disiplin terhadap diri mereka sendiri.

Lokasi yang tepat adalah dilapangan, dimana bisa berolahraga bulu tangkis. Event yang menarik adalah melakukan pelatihan bagi remaja. Remaja mengikuti pelatihan olahraga ada yang 1 minggu 1x, ada yang 1 minggu 2x. Dalam pelatihan ada yang hanya sekedar hobi, ada pula yang ingin meraih prestasi. Sebagian remaja masih menggunakan gadget untuk *up date* saat berolahraga bulu tangkis. Teknik dasar didalam olahraga bulu tangkis sesuai standart *BWF Shuttle Time* yaitu netting, lifting, drive, lalu baru forehead. Saran bagi para remaja, sebaiknya tidak menggunakan gadget sejenak ketika berolahraga. Motivasi bagi

remaja didalam bersosialisasi dan olahraga, sebaiknya disiplin terhadap waktu dan juga dapat mengendalikan diri sendiri.

### III.1.3.3 Hasil Wawancara dengan Pelatih Fitness

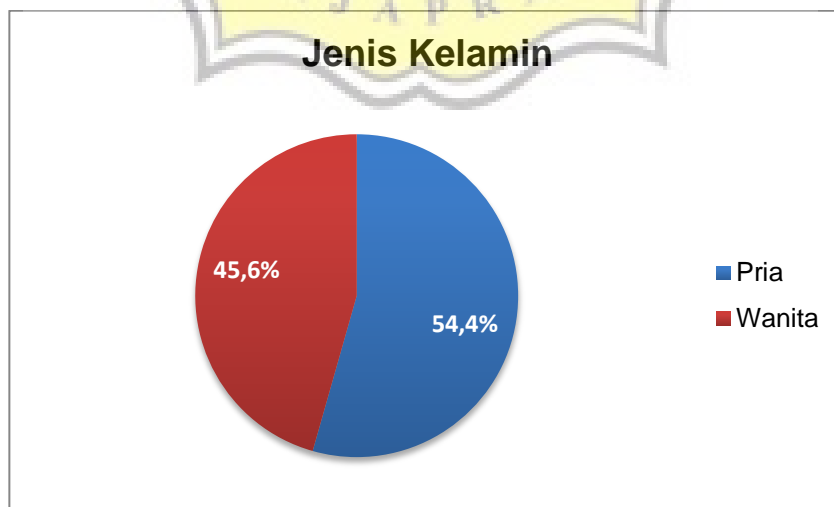
Pada hari Jumat, 17 Maret 2017 pk. 10.26, penulis melakukan wawancara dengan pelatih Aventino sebagai Pelatih Olahraga Fitness. Tokoh Idola sebagai pelatih fitness yaitu Hany Rambod, beliau menjadi pelatih selama 7 tahun. Sosialisasi menurut pelatih sangat penting, karena dilihat dari sisi olahraga banyak sekali kesalahan yang dilakukan karena tidak mau bertanya kepada yang lebih berpengalaman. Dalam olahraga fitness, tidak bisa dianggap diri sendiri yang benar, tetapi juga perlu belajar dari orang lain. Dilihat dari sisi sosial olahraga dapat membangun relasi dengan orang lain seperti ketika latihan fitness bisa sharing alat, berbagi informasi mengenai suplemen, menambah ilmu pengetahuan, dan juga menambah relasi. Interaksi remaja dengan sesama mereka tergantung dari diri mereka masing-masing. Remaja mengikuti pelatihan olahraga mulai siang menjelang sore, ada pula yang sangat pagi sekali. 1 minggu latihan full, ada yang 1 minggu 3x, tetapi yang paling optimal 1 minggu 4-5x. Solusi yang ada kalau dalam hal ini yaitu setiap olahraga berbeda tetapi disarankan untuk benar-benar bertanya dengan yang sudah pengalaman. Dengan bertanya kepada yang berpengalaman mendapatkan ilmu sekitar 20% sedangkan untuk memperdalam 80% belajar sendiri. Jika bertanya dari orang, skill dalam bersosialisasi tinggi, tapi tiap orang punya rahasia yang berbeda-beda. Cara yang diajarkan belum tentu hasil yang diperoleh sama.

Lokasi yang tepat yaitu di tempat olahraga. Dalam menyebarkan suatu event, diperlukan promosi yang efisien dengan menyebar informasi bukan hanya kesehatan saja yang diutamakan tetapi bagaimana membentuk sebuah tubuh yang baik dan benar. *Event* yang menarik adalah body kontes, karena memiliki sosialisasi yang sangat tinggi juga mendapatkan banyak relasi dan saling bertemu didalam event tersebut. Aktivitas remaja

saat berolahraga ada yang mempunyai niat yang tinggi, ada yang berfoto-foto dengan telanjang dada, ada juga yang latihannya hanya setengah-setengah. Teknik olahraga fitness dibagi jadi 3 yaitu pertama membentuk badan yang disebut sebagai binaraga, kedua angkat besi dipon dan olimpiade, ketiga angkat berat. Tekniknya beda-beda, binaraga mencangkup semua, angkat besi memiliki 3 gerakan yaitu clean and jerk, snatch, angkat berat terdiri dari 3 yaitu deadlift, benchpress, dan squad. Berat-beratan mengangkat yang fungsinya supaya badan tambah kurus, fleksibilitas terlatih. Saran bagi remaja yaitu untuk berpola latihan yang benar baru menggunakan suplemen. Motivasi bagi remaja didalam bersosialisasi dan berolahraga yaitu jangan malu bertanya kepada orang yang berpengalaman, jangan berpatokan pada satu orang yang anda tanyai, semangat untuk belajar sendiri dan cari potensi anda.

#### III.1.4 Analisa Hasil Kuesioner

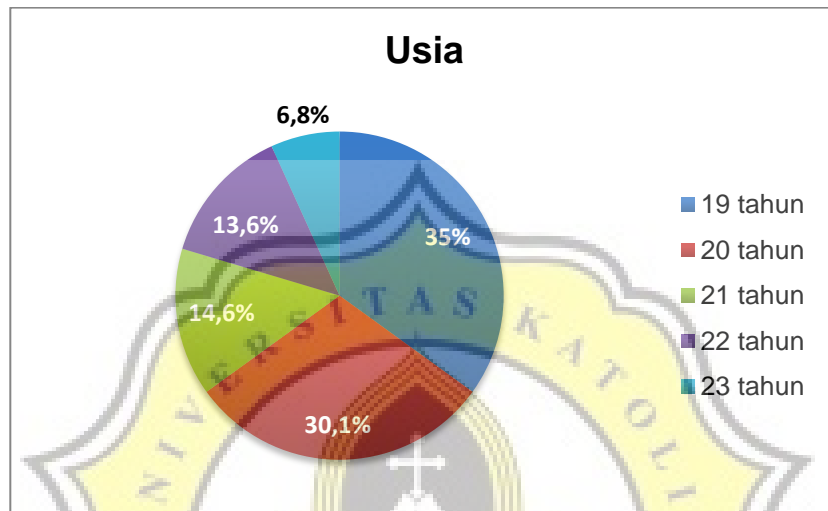
Dalam kuesioner ini, penulis menentukan target, olahraga yang disukai dan penting atau tidaknya olahraga melalui sosialisasi. Kuesioner ini diperlukan untuk mengetahui apa saja olahraga yang diminati, hambatan yang dihadapi oleh para remaja sebagai sosialisasi, juga penting atau tidaknya media olahraga sebagai sarana sosialisasi. Hasil Kuesioner dari responden tanggapan para remaja yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1 Jenis Kelamin pria dan wanita

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

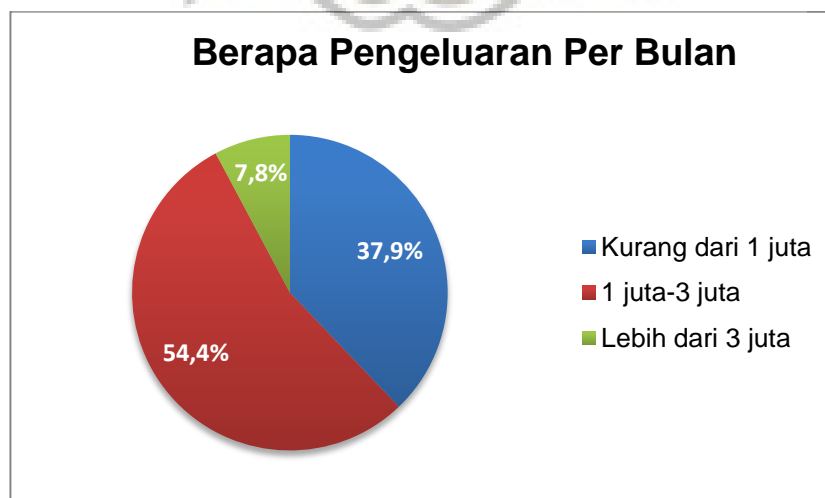
Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 47 responden (45,6%) adalah kaum wanita dan 56 responden (54,4%) adalah kaum pria.



Gambar 3.2 Usia Target yang di tuju

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

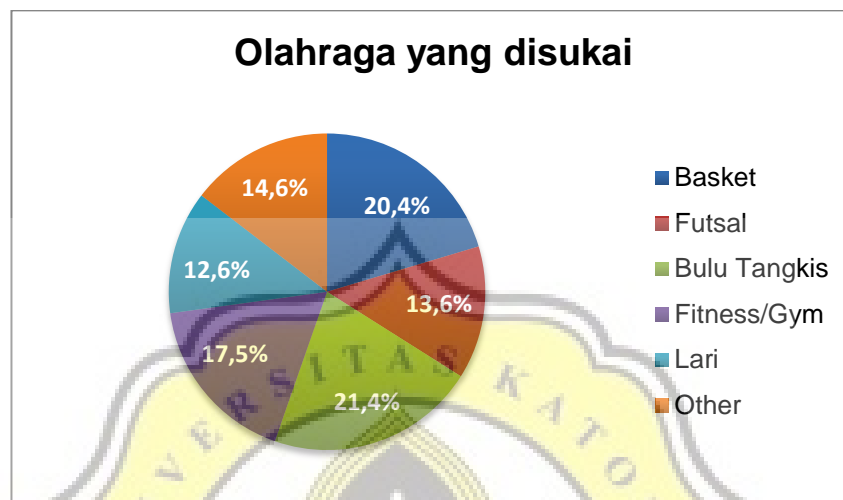
Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 36 responden (35%) adalah usia 19 tahun, 31 responden (30,1%) adalah usia 20 tahun, 15 responden (14,6%) adalah usia 21 tahun, 14 responden (13,6%) adalah usia 22 tahun, dan 7 responden (6,8%) usia 23 tahun.



Gambar 3.3 Pengeluaran per bulan

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 39 responden (37,9%) kurang dari 1 juta, 56 responden (54,4%) 1 juta – 3 juta, 8 responden (7,8%) lebih dari 3 juta.



Gambar 3.4 Olahraga yang disukai

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

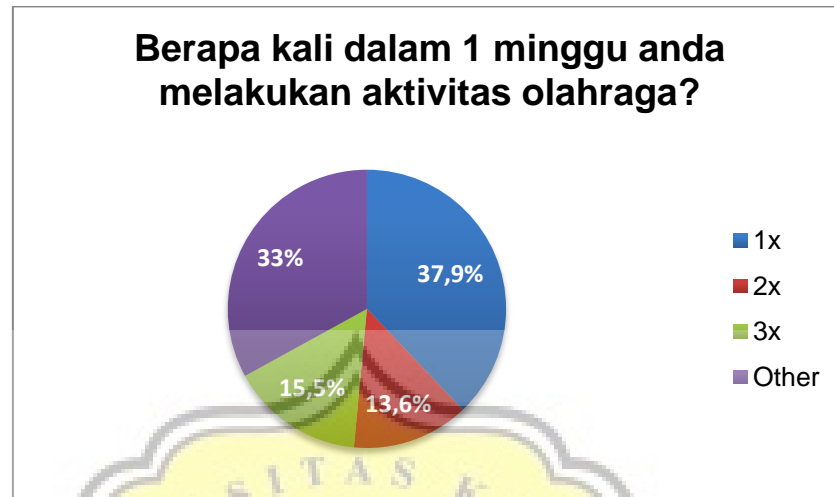
Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 21 responden (20,4%) menyukai olahraga basket, 14 responden (13,6%) menyukai olahraga futsal, 22 responden (21,4%) menyukai olahraga bulu tangkis, 18 responden (17,5%) menyukai olahraga fitness/gym, 13 responden (12,6%) menyukai olahraga lari, sedangkan *other* yang terdiri dari 11 responden (10,6%) menyukai olahraga renang, 1 responden (1%) menyukai olahraga tenis, 1 responden (1%) menyukai olahraga yoga, dan 1 responden (1%) menyukai olahraga catur, 1 responden (1%) menyukai olahraga boxing.

Mengapa memilih olahraga tersebut?

Hobi, menyenangkan, seru, asik efektif didalam menurunkan berat badan, ringan dan dapat mengontrol emosi, memiliki tubuh ideal dan atletis, untuk melatih otot tangan dan kaki, mudah untuk dimainkan, melenturkan badan, menjaga kesehatan tubuh, olahraga memiliki berbagai macam jenis dan dapat dengan mudah bersosialisasi dengan orang lain saat melakukan aktivitas olahraga di



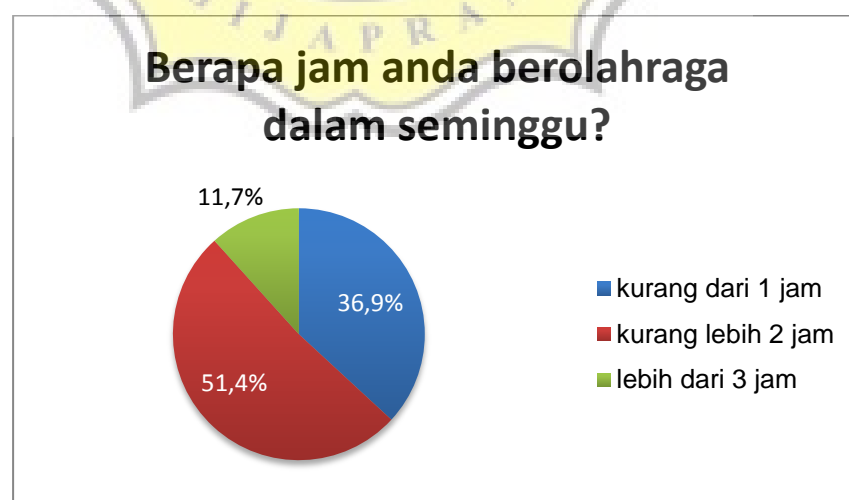
tempat fitness atau *gym*, *relaxing* dan *refreshing*, melatih kerjasama dan komunikasi, Basket adalah olahraga yang memerlukan kerjasama antara pemain dan memerlukan otak dan *skill* bukan sekedar fisik.



Gambar 3.5 Berapa kali dalam 1 minggu melakukan aktivitas olahraga?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 39 responden (37,9%) melakukan aktivitas olahraga 1 minggu 1x, 14 responden (13,6%) melakukan aktivitas olahraga 1 minggu 2x, 16 responden (15,5%) melakukan aktivitas olahraga 1 minggu 3x, 34 responden (33%) melakukan aktivitas olahraga 1 minggu lebih dari 3x.

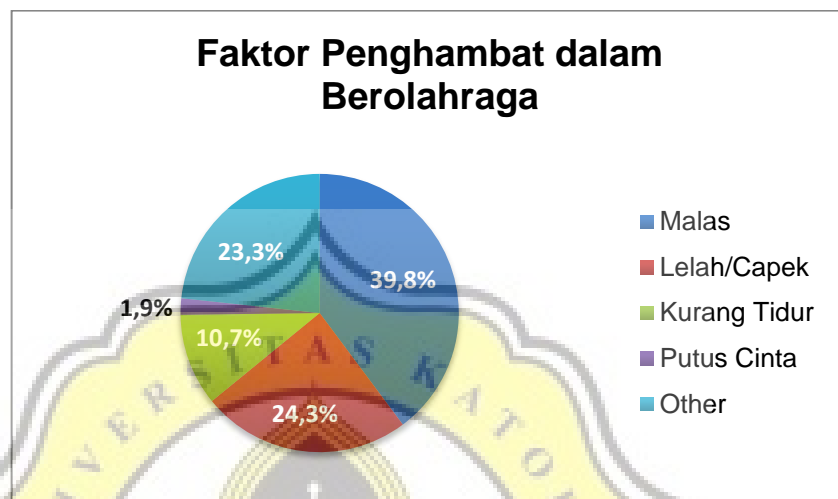


Gambar 3.6 Berapa jam anda berolahraga dalam seminggu?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017



Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 38 responden (36,9%) berolahraga kurang dari 1 jam dalam seminggu, 53 responden (51,4%) berolahraga kurang lebih 2 jam dalam seminggu, dan 12 responden (11,7%) berolahraga lebih dari 3 jam dalam seminggu.



Gambar 3.7 Faktor Penghambat didalam Berolahraga

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

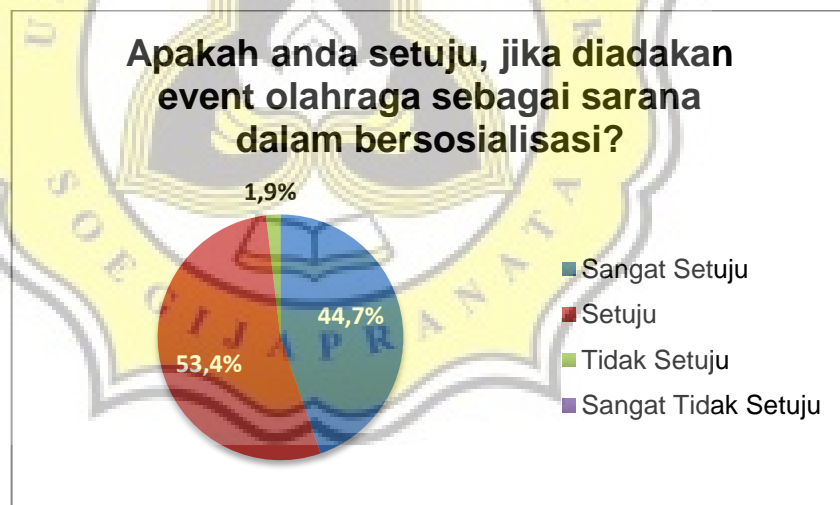
Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 41 responden (39,8%) faktor penghambat dalam berolahraga adalah malas, 25 responden (24,3%) faktor penghambat dalam berolahraga adalah lelah/capek, 11 responden (10,7%) faktor penghambat dalam berolahraga adalah kurang tidur, 2 responden (1,9%) faktor penghambat dalam berolahraga adalah putus cinta, 24 responden (23,3%) faktor penghambat dalam berolahraga adalah tidak ada waktu, sibuk dengan perkuliahan.



Gambar 3.8 Perlu atau tidak berolahraga

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 100% responden berpendapat bahwa olahraga itu perlu untuk dilakukan.

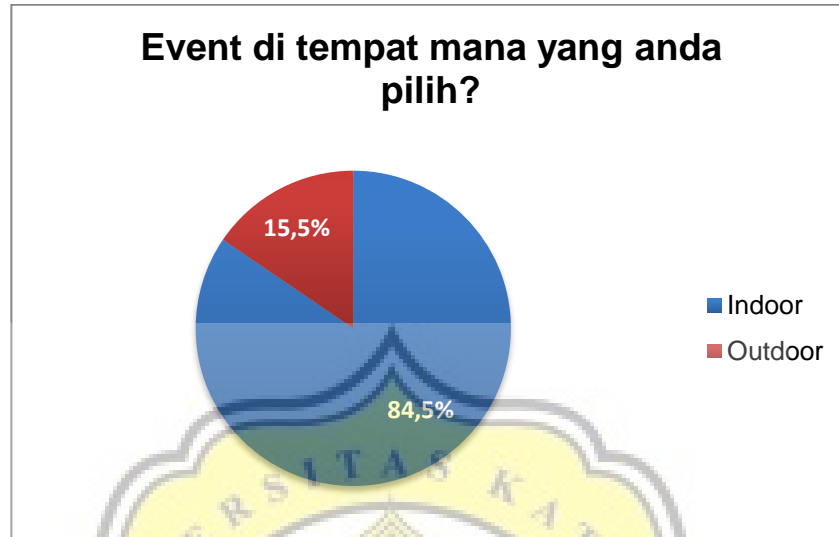


Gambar 3.9 Apakah anda setuju, jika diadakan event olahraga sebagai sarana dalam bersosialisasi?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 46 responden (44,7%) mengatakan sangat setuju, 55 responden (53,4%)

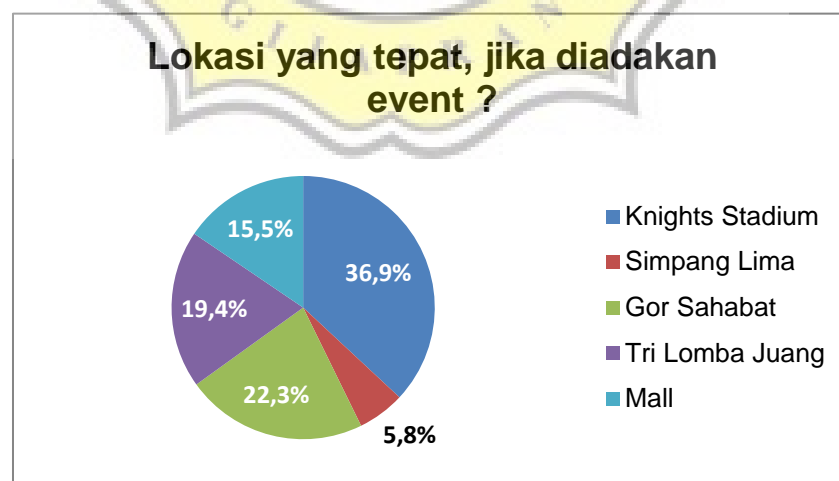
mengatakan setuju, dan 2 responden (1,9%) mengatakan tidak setuju, jika diadakan event olahraga sebagai sarana dalam bersosialisasi.



Gambar 3.10 Event ditempat mana yang anda pilih?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

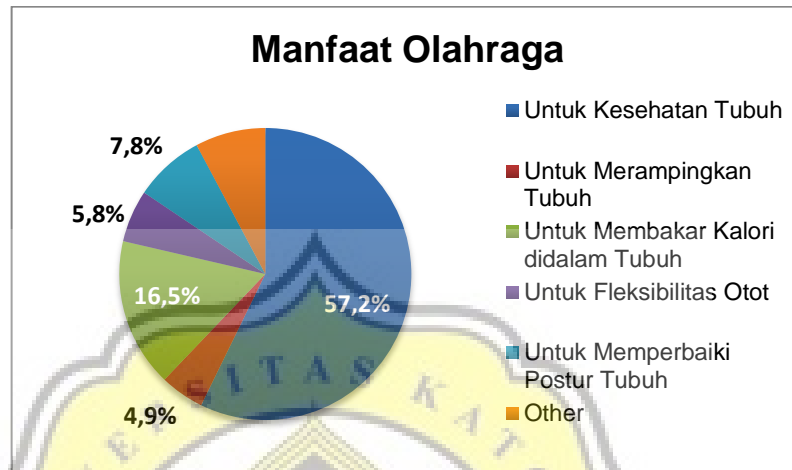
Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 87 responden (84,5%) memilih tempat indoor sedangkan 16 responden (15,5%) memilih tempat outdoor.



Gambar 3.11 Lokasi event acara olahraga untuk bersosialisasi

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 38 responden (36,9%) memilih Knights Stadium, 6 responden (5,8%) memilih Simpang lima, 23 responden (22,3%) memilih Gor Sahabat, 20 responden (19,4%) memilih Tri Lomba Juang, 16 responden (15,5%) memilih Mall.



Gambar 3.12 Manfaat Olahraga

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 59 responden (57,2%) berpendapat untuk kesehatan tubuh, 5 responden (4,9%) berpendapat untuk merampingkan tubuh, 17 responden (16,5%) berpendapat untuk membakar kalori didalam tubuh, 6 responden (5,8%) berpendapat untuk fleksibilitas otot, 8 responden (7,8%) berpendapat untuk memperbaiki postur tubuh, dan 8 responden (7,8%) berpendapat dengan alasan lainnya.



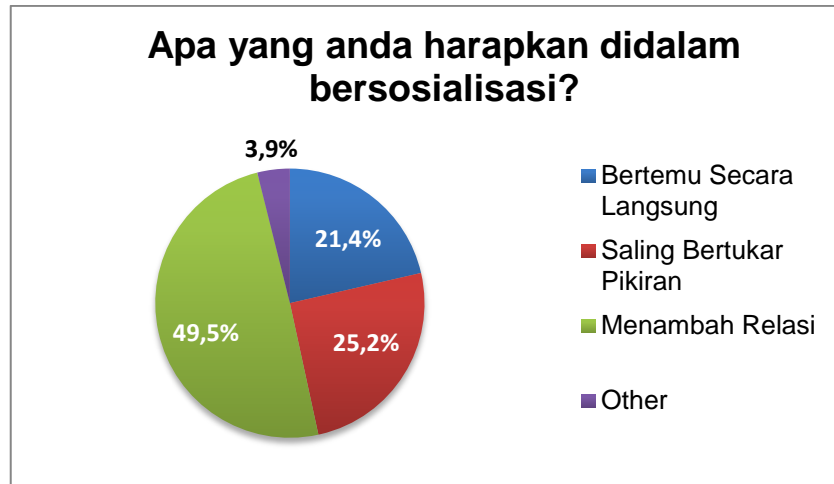
Gambar 3.13 Sosialisasi itu perlu dilakukan atau tidak

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 100 responden (97,1%) berpendapat perlu sedangkan 3 responden (2,9%) berpendapat tidak perlu bahwa sosialisasi diadakan dilihat dari perkembangan jaman sekarang ini.

Jika menurut anda penting, apa alasannya? Jika menurut anda tidak penting, apa alasannya?

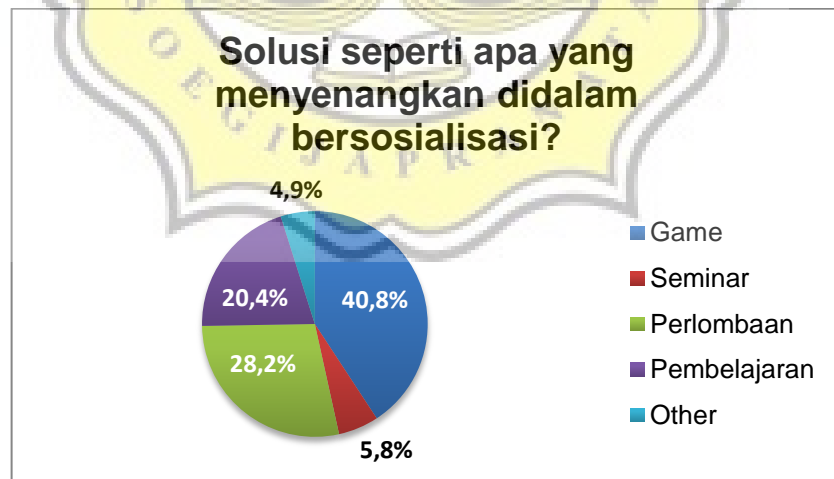
Jaman sekarang membutuhkan pengetahuan tentang olahraga, Olahraga diperlukan karena jaman sekarang banyak anak muda yang mengalami obesitas dan penyakit lainnya, hal ini disebabkan karena kurangnya berolahraga padahal olahraga sangat diperlukan di jaman sekarang. Perlunya berolahraga dilihat dari banyaknya anak muda yang mengalami obesitas dan penyakit. Pentingnya didalam bersosialisasi yaitu untuk menambah relasi, menyalurkan hobi, bakat dan minat. Olahraga berguna untuk kesehatan tubuh dan juga meningkatkan EQ.



Gambar 3.14 Apa yang anda harapkan didalam bersosialisasi?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 22 responden (21,4%) mengharapkan bertemu secara langsung, 26 responden (25,2%) mengharapkan saling bertukar pikiran, 51 responden (49,5%) mengharapkan dapat menambah relasi, dan 4 responden (3,9%) berpendapat dengan alasan lain.

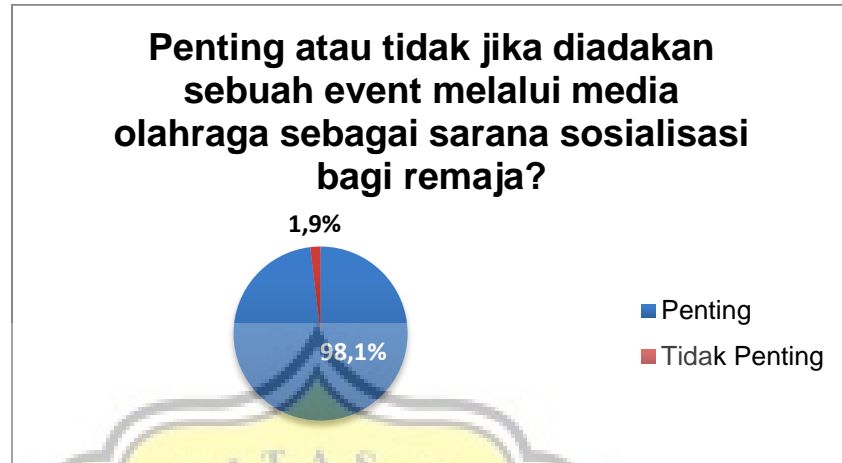


Gambar 3.15 Solusi seperti apa yang menyenangkan didalam bersosialisasi?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 42 responden (40,8%) berpendapat game, 6 responden (5,8%) berpendapat

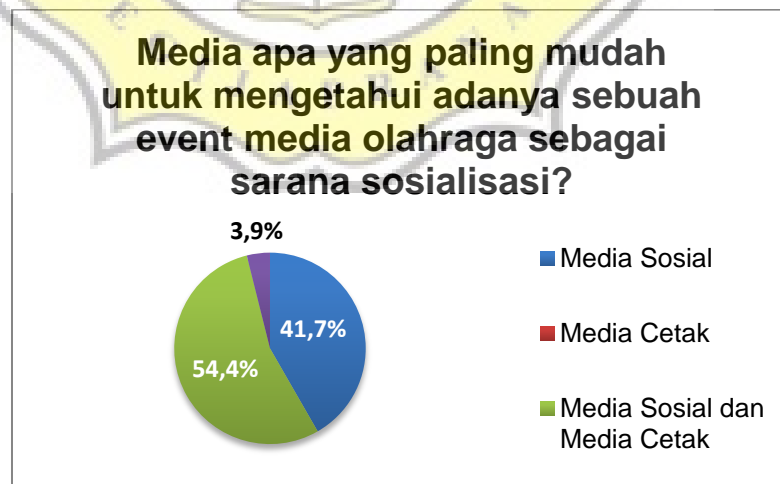
seminar, 29 responden (28,2%) berpendapat perlombaan, 21 responden (20,4%) berpendapat pembelajaran, dan 5 responden (4,9%) memiliki alasan lainnya.



Gambar 3.16 Penting atau tidak jika diadakan sebuah event melalui media olahraga sebagai sarana sosialisasi bagi remaja?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 101 responden (98,1%) berpendapat penting sedangkan 2 responden (1,9%) berpendapat tidak penting.

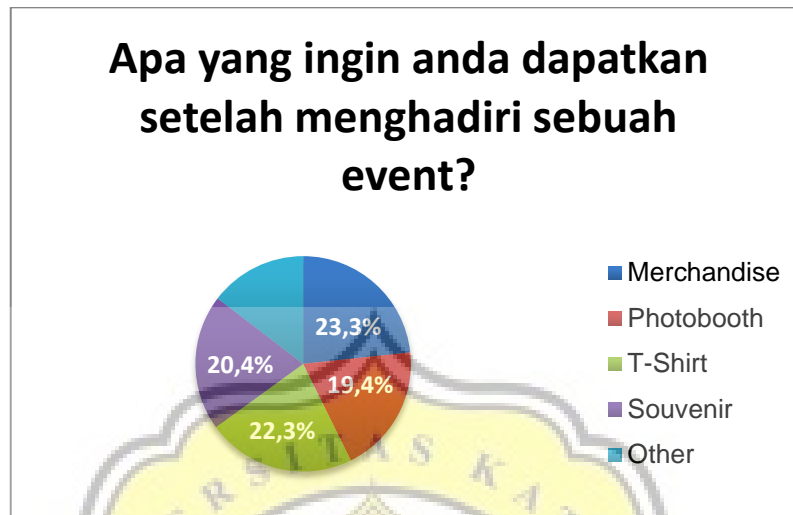


Gambar 3.17 Media apa yang paling mudah untuk mengetahui adanya sebuah event media olahraga sebagai sarana sosialisasi?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017



Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 43 responden (41,7%) berpendapat media sosial yang paling mudah, 56 responden (54,4%) berpendapat media sosial dan media cetak yang paling mudah, dan 4 responden (3,9%) memilih media lain.



Gambar 3.18 Apa yang ingin anda dapatkan setelah menghadiri sebuah event?

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

Dari data hasil kuesioner diatas dengan 103 responden menunjukkan bahwa, 24 responden (23,3%) memilih merchandise, 20 responden (19,4%) memilih photobooth, 23 responden (22,3%) memilih t-shirt, 21 responden (20,4%) memilih souvenir, 15 responden (14,6%) memilih yang lainnya.

### III.1.5 Analisa SWOT

#### III.1.5.1 *Strengths* (Kekuatan)

- Mengajak dan menyadarkan pentingnya media olahraga sebagai sarana sosialisasi.
- Remaja jaman sekarang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk anak muda mendapatkan informasi tentang adanya sebuah event atau acara.

#### III.1.5.2 *Weakness* (Kelemahan)

- Kurang bersosialisasi, malas berolahraga dan memiliki gaya hidup yang tidak sehat.

- Sifat remaja yang labil dan tidak bisa mengontrol emosi membuat para remaja sulit untuk diarahkan.

#### III.1.5.3 Opportunity (Peluang)

- Remaja memerlukan sarana bersosialisasi melalui satu alternatif yaitu media olahraga sebagai pendukungnya.
- Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada remaja melalui kampanye untuk mengubah pola pikir para remaja yang mudah terpengaruh terhadap pergaulan.

#### III.1.5.4 Threat (Ancaman)

- Pola pikir para remaja yang sulit untuk dirubah.
- Adanya event baru yang lebih menarik dan lebih kekinian bagi para anak remaja sekarang.

### III.2 Sasaran Khalayak

**Profil Geografis** : Kota Semarang

**Profil Demografis**

Target Audiens : Remaja pria dan wanita

Usia : 19-23 tahun

Segmentasi : B

**Profil Psikografis**

Remaja pria maupun wanita yang mengikuti perkembangan teknologi, kurang bersosialisasi, suka nongkrong, malas berolahraga dan sebagai pengguna aktif media sosial.

### III.3 Strategi Komunikasi

#### III.3.1 Creatif Brief

*Objective* : What is the brief for?

Meningkatkan kesadaran dan mengajak para remaja untuk ikut aktif didalam bersosialisasi melalui media olahraga, sehingga para remaja dapat berperilaku dan bersikap lebih baik untuk menghadapi gaya hidup jaman sekarang dan dapat lebih terbuka dalam bersosialisasi sehingga tidak bergantung pada alat yang mendukung didalam proses bersosialisasi

*Issue* : What is the consumer issue?

Para remaja sekarang yang kurang bersosialisasi, malas untuk berolahraga dan mempunyai gaya hidup yang tidak sehat. Hal ini dikarenakan karena para remaja terpengaruh dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dan berkembang serta mengakibatkan sikap dan perilaku remaja yang enggan melakukan sosialisasi secara langsung melainkan lebih mengutamakan media perantara untuk membantu proses sosialisasi tersebut.

*Insight* : The result of our exploring.

- Remaja merupakan generasi muda yang mengikuti perkembangan jaman.
- Berkurangnya sosialisasi di jaman sekarang ini.
- Minat dalam berolahraga yang semakin menurun.
- Remaja sekarang mayoritas sebagian besar pengguna aktif sosial media.

*Opportunity*

Melihat perilaku para remaja jaman sekarang dan berdasarkan dari hasil riset yang telah didapatkan mengenai olahraga dan sosialisasi, maka penulis merancang strategi komunikasi visual terpadu, agar dapat merubah pola pikir remaja untuk lebih terbuka didalam bersosialisasi antara yang satu dengan yang lainnya melalui media olahraga.

*Challenge*

Tantangan dalam kampanye ini adalah menggunakan media olahraga sebagai sarana bersosialisasi yang berguna untuk merubah pola pikir dan sikap para remaja kearah yang positif bagi kedepannya dan menyadarkan bahwa komunikasi dengan sesama itu merupakan bagian yang terpenting karena kita adalah manusia sebagai makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan sesamanya.

### III.3.2 5W+1H

#### III.3.2.1 Apa (*What*)

Kampanye ini bertujuan untuk mengajak para remaja pria maupun wanita untuk dapat bersosialisasi melalui media olahraga yang akan membuat perubahan pada perilaku remaja dari masalah yang dimiliki remaja sekarang yaitu kurang bersosialisasi, malas berolahraga, dan gaya hidup tidak sehat sehingga dengan adanya kampanye ini para remaja bisa menjadi pribadi yang lebih baik didalam bersosialisasi dengan sesamanya.

#### III.3.2.2 Siapa (*Who*)

Target audience yang dituju adalah para remaja penggemar olahraga usia 19-23 tahun, dengan alasan karena usia ini merupakan usia dimana para remaja mengikuti perkembangan teknologi yang ada dan membutuhkan sosialisasi, serta penggunaan gaya bahasa sehari-hari para remaja yang menggunakan campuran bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

#### III.3.2.3 Kapan (*When*)

Kampanye akan berlangsung dengan rentang waktu selama 6 bulan melalui strategi AISAS, yang akan dilaksanakan pada tanggal 10 Desember 2017 – 12 Mei 2018.

#### III.3.2.4 Dimana (*Where*)

Di tempat olahraga, karena olahraga basket, bulu tangkis dan fitness lebih cocok jika diadakan di tempat yang indoor. Selain itu, tempat olahraga adalah lokasi yang tepat untuk tiga olahraga tersebut.

#### III.3.2.5 Mengapa (*Why*)

Kampanye ini dirancang berdasarkan dari hasil riset yang telah ditemukan dari permasalahan yang dimiliki oleh para remaja seperti kurang bersosialisasi, malas berolahraga, dan juga gaya hidup yang tidak sehat. Dari permasalahan tersebut, disebabkan karena berkembangnya teknologi yang canggih sehingga membuat remaja jadi kurang bersosialisasi dan malas untuk berolahraga.

### III.3.2.6 Bagaimana (How)

Kampanye ini nantinya akan melewati proses berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan untuk perancangan kampanye penggunaan media olahraga sebagai sarana sosialisasi bagi remaja. Dengan menggunakan media sosial dan media cetak untuk menyebarluaskan informasi tentang adanya sebuah event bagi para remaja.

### III.3.3 Strategi Komunikasi

Dalam sebuah kampanye sosial, penting adanya strategi yang tepat sasaran sehingga perancangan ini dapat menyampaikan pesan yang baik dan dapat diterima oleh para remaja. Strategi yang sudah dipersiapkan antara lain :

III.3.3.1 Menentukan target sasaran didalam sebuah kampanye untuk menentukan lokasi, pelaksanaan event dan juga media yang digunakan didalam pembuatan kampanye serta anggaran yang dibutuhkan.

III.3.3.2 Memberikan kesadaran untuk para remaja mengenai pentingnya media olahraga sebagai sarana untuk bersosialisasi yang nantinya akan memberikan remaja wawasan dan pengetahuan baru.

III.3.3.3 Mengajak para remaja sebagai target sasaran untuk mendapatkan pengalaman baru dan sosialisasi yang baik sehingga nantinya akan mengurangi masalah-masalah yang dihadapi para remaja mulai dari kurang bersosialisasi, malas berolahraga dan juga gaya hidup yang tidak sehat. Yang nantinya masalah-masalah tersebut berubah kearah yang positif untuk para remaja dengan adanya kampanye ini.

III.3.3.4 Kampanye ini bekerja sama dengan cabang olahraga yaitu :

- **DINPORA PROVINSI JAWA TENGAH**

Dinas Pemuda dan Olah Raga Pemerintahan Prov Jawa Tengah

Jl. Ki Mangunsarkoro No.12 Semarang

No. Telp : (024) 8419958 Fax 8419959  
Email : [dinporaprov.jateng@yahoo.com](mailto:dinporaprov.jateng@yahoo.com)  
Website : <http://dinpora.jatengprov.go.id>

**PERBASI (Persatuan Bola Basket Seluruh Indonesia)**

Jl. Thamrin No.5 (Thamrin Square blok A 11) Semarang

**PBSI (Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia)**

Komp. Gor Jati Diri (KONI) Jateng – Semarang

**PABBSI (Persatuan Angkat Berat dan Binaraga Seluruh Indonesia)**

Jl. Majapahit No.59 Semarang

No. Telp : (024) 3555805

**III.3.4 Tema Kampanye**

Tema kampanye yang diangkat yaitu penggunaan media olahraga sebagai sarana sosialisasi bagi remaja. Tema ini diangkat untuk mengubah pola pikir para remaja dan menambah wawasan para anak remaja didalam berolahraga dan bersosialisasi.

**III.3.5 Judul Kampanye**

Judul kampanye ini adalah "*Play Sport to Talk Socialization*" pemilihan judul ini mempunyai arti berolahraga untuk bersosialisasi. Judul ini dipilih berdasarkan kampanye yang akan dirancang dan memiliki tujuan untuk menjadikan remaja lebih energik dan dapat bersosialisasi secara langsung.

**III.3.6 Tahapan Kampanye**

Kampanye akan berlangsung dalam jangka waktu 6 bulan dengan arahan tahap kampanye yaitu Kognitif, Afeksi, dan Changing Behaviour. Dibawah ini adalah tahapan kampanye yang akan dirancang dan dilaksanakan yaitu sebagai berikut :

Tahapan	Media yang digunakan	Waktu
<p><b>Attention &amp; Interest</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyebarkan isu-isu mengenai media olahraga sebagai salah satu media alternatif untuk bersosialisasi.</li> <li>• Menyasar para remaja.</li> <li>• Dengan strategi ilustrasi visual.</li> <li>• Sebagai tahapan <i>Attention</i>, Aplikasi dimedia cetak yaitu spanduk dan baliho yang akan diletakkan di jalan-jalan yang sering dilewati menuju tempat event diadakan. Aplikasi media sosial yaitu facebook dan instagram.</li> <li>• Sebagai tahapan <i>Interest</i>, Aplikasi dimedia cetak yaitu flyer, brosur dan poster A3 yang diletakkan di universitas, tempat olahraga, dan tempat nongkrong.</li> <li>• Aplikasi dimedia sosial yaitu facebook dan instagram.</li> </ul>	<p>2 Bulan Desember 2017 - Januari 2018</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyasar para remaja.</li> <li>• Memberitahukan mengenai peralatan yang digunakan didalam olahraga basket, bulu tangkis, dan fitness melalui infografis yang menarik.</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>Setelah target sasaran tertarik, mulailah untuk mencari lebih jauh melalui kampanye ini, sehingga pada tahap ini para remaja diarahkan untuk memfollow akun instagram supaya tetap terus mengikuti kampanye apa yang akan dilaksanakan.</li> <li></li> </ul>	
<b>Search</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agar lebih menarik perhatian, akan diberikan ilustrasi visual mengenai 3 olahraga terpopuler sekarang ini yang akan selalu <i>diposting</i> ke akun sosial media facebook dan Instagram</li> <li>Mempromosikan event "<i>play sport to talk socialization</i>" dan memberikan informasi mengenai persyaratan dan ketentuan untuk mengikuti event tersebut serta tempat yang akan digunakan untuk event tersebut.</li> <li>Aplikasi dimedia cetak yaitu poster A3 mengenai event yang akan diadakan dan pendaftaran event tersebut yang diletakkan di universitas, tempat olahraga, dan tempat nongkrong remaja.</li> <li>Aplikasi dimedia sosial yaitu facebook dan instagram</li> </ul>	3 Bulan Januari - Maret 2018
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Event yang akan diselenggarakan yaitu "<i>play sport to talk socialization</i>" dengan 3 olahraga yang terpopuler.</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Event ini akan diselenggarakan di Knights Stadium. Tujuan dari event ini adalah supaya target sasaran dapat bersosialisasi secara langsung dan bisa menambah relasi baru untuk kehidupan masa mendatang.</li> </ul>	
<b>Action &amp; Share</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Isi acara yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Talk show dengan 3 atlit olahraga yaitu Daniel Wenas, Taufik Hidayat, dan Ade Rai.</li> <li>• Game olahraga basket yaitu 3 on 3 atau 3 point kontes (pria dan wanita), olahraga bulu tangkis dengan permainan ganda (pria dan wanita), dan juga olahraga fitness yaitu body kontes (khusus pria).</li> </ul> </li> <li>• Media yang digunakan : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial instagram dan facebook sebagai media untuk mempublikasikan event.</li> <li>• Entrance gate.</li> <li>• Penunjuk arah.</li> <li>• Photobooth</li> <li>• Petunjuk Permainan.</li> <li>• Name Tag Pemain.</li> <li>• Banner.</li> <li>• Merchandise.</li> </ul> </li> <li>• Sebagai tahapan <i>share</i>, setelah selesai acara diperbolehkan berfoto bersama dengan Daniel Wenas, Taufik Hidayat, dan Ade Rai dengan persyaratan dan ketentuan yang berlaku, kemudian</li> </ul>	3 Bulan Maret-Mei 2018

	dilanjutkan dengan meupload ke instagram untuk menshare apa yang telah didapatkan didalam event.	
--	--	--

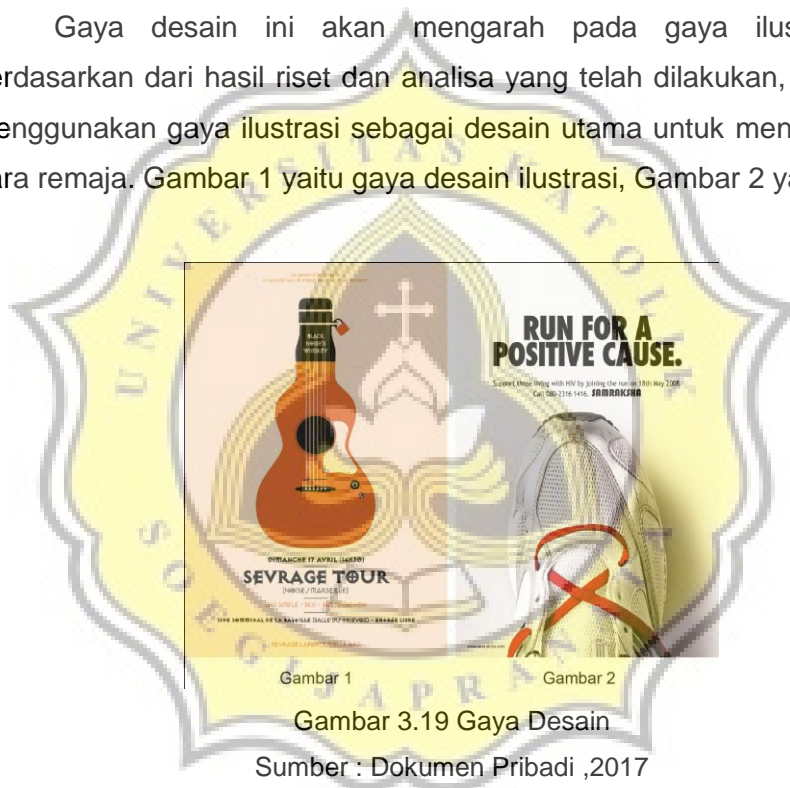
Tabel 3.1 Tahapan Kampanye

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

### III.4 Strategi Pendekatan Perancangan

#### III.4.1 Gaya Desain

Gaya desain ini akan mengarah pada gaya ilustrasi karena berdasarkan dari hasil riset dan analisa yang telah dilakukan, maka penulis menggunakan gaya ilustrasi sebagai desain utama untuk menarik perhatian para remaja. Gambar 1 yaitu gaya desain ilustrasi, Gambar 2 yaitu fotografi.

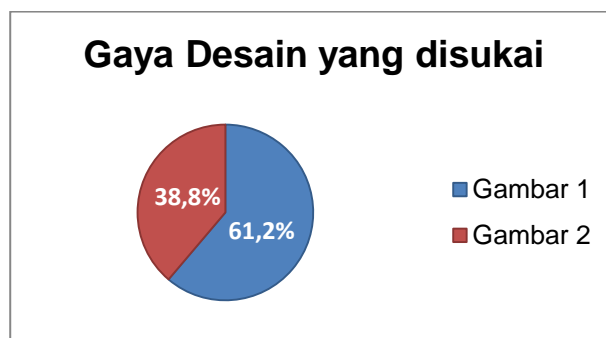


Gambar 1

Gambar 2

Gambar 3.19 Gaya Desain

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

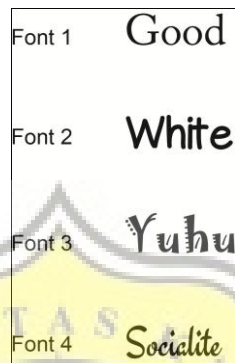


Gambar 3.20 Gaya desain yang disukai

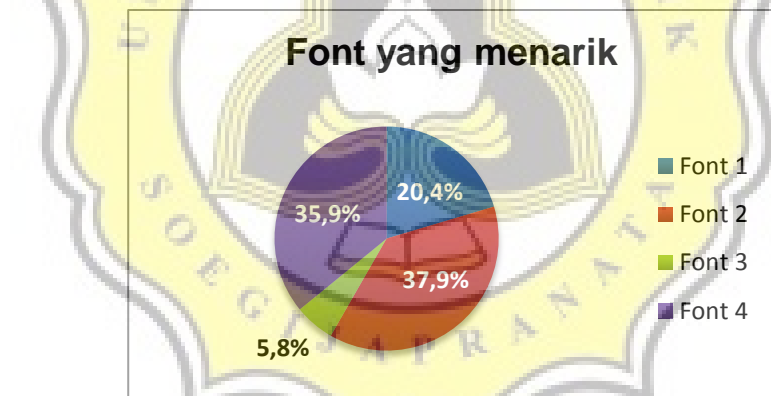
Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

### III.4.2 Tipografi

Tipografi adalah nama lain dari huruf. Dalam perancangan ini akan dipilih *font* yang tidak memiliki sirip yaitu *sans serif* karena berdasarkan dari hasil riset dan analisa yang telah dilakukan, huruf jenis ini memiliki keterbacaannya tinggi sehingga mudah untuk dibaca.



Gambar 3.21 Jenis Font  
Sumber : Dokumen Pribadi ,2017



Gambar 3.22 Font yang menarik  
Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

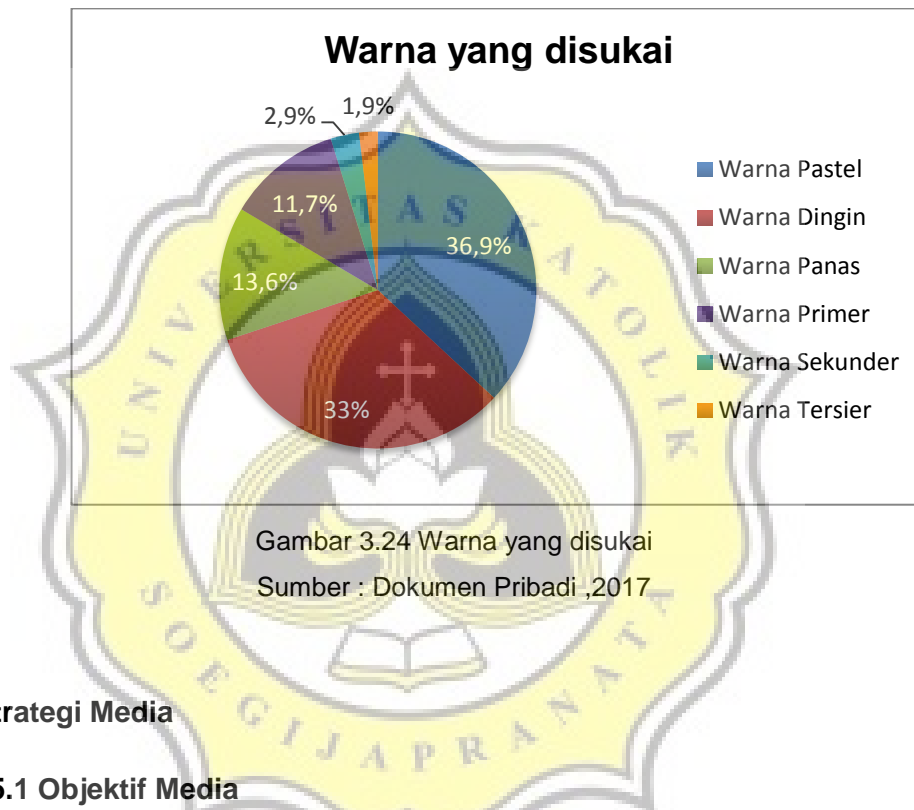
### III.4.3 Warna

Penggunaan warna disesuaikan dari hasil riset dan analisa yang telah dilakukan dengan mempertimbangkan warna yang menarik perhatian antara penggunaan warna pastel dan warna dingin.



Gambar 3.23 Warna

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017



### III.5 Strategi Media

#### III.5.1 Objektif Media

Menginformasikan mengenai pentingnya media olahraga sebagai sarana sosialisasi pada para remaja tentang kampanye yang akan dilakukan yaitu melalui *talk show* dan juga permainan *game* yang dapat menarik perhatian para remaja.

Media yang digunakan didalam mempromosikan kampanye kepada *target audience* yaitu media yang populer dikalangan seperti facebook dan instagram sebagai media publikasi kepada para remaja mengenai adanya sebuah event sedangkan media pendukung yang digunakan yaitu adanya

*talk show* dan event “*Play Sport to Talk Socialization*” serta beberapa souvenir atau *merchandise*.

### III.5.2 Pendekatan Media

Pendekatan media yang digunakan untuk keberhasilan kampanye ini adalah media cetak dan juga media sosial. Maka dari itu, kampanye ini akan menggunakan media cetak seperti *flyer*, *brostur*, *poster A3*, *booth event*, *banner*, dan *baliho event* untuk memperluas promosi yang ada.

### III.6 Strategi Anggaran

Tahapan	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Total
<i>Attention &amp; Interest</i>	Baliho Pemuda depan Novotel	1	Rp.75.000.000,00	Rp.75.000.000,00
	Baliho Simpang Lima	1	Rp.50.000.000,00	Rp.50.000.000,00
	Baliho Pandanaran	1	Rp.20.000.000,00	Rp.20.000.000,00
	Spanduk	2	Rp.5.000.000,00	Rp.10.000.000,00
	Medsos/bulan	2	Rp.1.500.000,00	Rp.3.000.000,00
	Brostur	500	Rp.1.000,00	Rp.2.000.000,00
<i>Search</i>	Infografis A3	200	Rp.3.000,00	Rp.600.000,00
	Medsos/bulan	2	Rp.1.500.000,00	Rp.3.000.000,00
	Poster A3	200	Rp.3.000,00	Rp.6.000.000,00
<i>Action &amp; Share</i>	Atlit Basket Daniel Wenas	1	Rp. 10.000.000,00	Rp. 10.000.000,00
	Atlit Bulu Tangkis Taufik Hidayat	1	Rp. 10.000.000,00	Rp. 10.000.000,00
	Atlit Fitness Ade Rai	1	Rp. 10.000.000,00	Rp. 10.000.000,00
	Medsos/bulan	2	Rp.1.500.000,00	Rp.3.000.000,00
	Merchandise	500	Rp. 5.000,00	Rp. 2.500.000,00
	X-Banner	2	Rp. 80.000,00	Rp.160.000,00
	Panggung	1	Rp. 500.000,00	Rp.500.000,00

Backdrop 3 x 6m	1	Rp.250.000,00/m	Rp.4.500.000,00
Panitia	25	Rp.100.000,00	Rp. 2.500.000,00
MC	2	Rp.1.500.000,00	Rp.3.000.000,00
Paket Sound System	1	Rp.6.500.000,00	Rp.6.500.000,00
Sewa Tempat	1	Rp.175.000,00/jam	Rp.3.500.000,00
Harga Desain	1	Rp.10.000.000,00	Rp.10.000.000,00
Total			Rp.235.760.000,00

Tabel 6.1 Strategi Anggaran

Sumber : Dokumen Pribadi ,2017

